

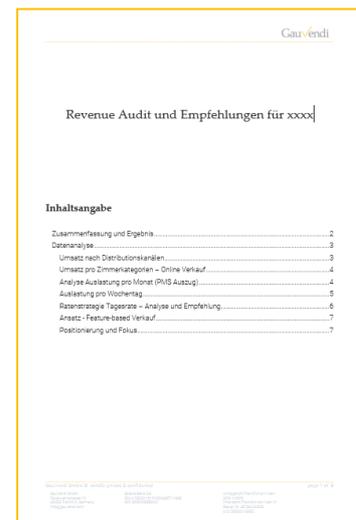
# Service Paket zu Neupositionierung und Preisstrategie

Dieses Servicepaket richtet sich an Hotels, die ihr aktuelles Angebot analysiert bekommen bzw. überdenken und sich mit einer neuen Strategie positionieren möchten. Das Paket umfasst die Überprüfung des aktuellen Inventars, bisherige Bepreisung, Konkurrenz, Gästebewertungen sowie Differenzierung in Bezug auf Preis & Inventar und liefert konkrete Empfehlungen für eine veränderte Aufstellung und Verkaufsstrategie.

Um eine vollständig dokumentierte Aussage mit Empfehlungen geben zu können, muss der Kunde in der Lage sein, historische Daten, idealerweise der letzten 8-12 Monate, zur Verfügung zu stellen. Empfehlungen können zwar auch ohne historische Statistiken gegeben werden, aber in diesem Fall sollte nach einem bestimmten Zeitraum (idealerweise spätestens nach dem ersten Quartal der Umsetzung) eine Überprüfung der umgesetzten Strategie erfolgen.

## Inhalte & Leistungen

- **Kick-off Online Termin (Business Interview)**  
Gespräch mit allen wichtigen Interessenvertretern zum Verständnis des aktuellen Status quo, Herausforderungen und Bedenken sowie der erwarteten Ergebnisse.
- **Überprüfung des aktuellen Inventar Setups**  
Analyse des Zimmerinventars, Unterscheidungsmerkmale der Kategorien, Identifizierung von umsatzrelevanten Unterscheidungsmerkmalen sowie potenzielle Umgruppierung von Kategorien. Identifikation von potentiellen Kategorien pro Vertriebskanal.
- **Business Mix und Vertriebskanäle**  
Leistungsanalyse der historischen Daten der letzten 8-12 Monate im Anschluss an das Geschäftsinterview mit dem Kunden, um die Ergebnisse der Zielmärkte, die Positionierung, den Fokus und das zukünftige Potenzial zu verstehen
- **Analysis der Preisgestaltung**  
Überprüfung der aktuellen Preisstruktur, Zielgruppen und passenden Zimmerkategorien, Zimmerauslastung und Ergebnismix der Preissprünge
- **Dokumentation**  
Dokumentation der Analyse, Ergebnisse sowie empfohlenen Änderungen auf der Grundlage der Zielgruppen für das Inventar, die Preisstruktur, den Geschäftsmix und die Vertriebskanäle.
- **Abschlussgespräch**  
Online-Telefonat mit den wichtigsten Interessengruppen zur Präsentation und Diskussion der im Bericht dokumentierten Ergebnisse sowie zum Austausch und zu den nächsten Handlungsschritten. Dieses Gespräch dauert in der Regel 60 Minuten



GauVendi

Revenue Audit und Empfehlungen für xxxxx

**Inhaltsangabe**

Zusammenfassung und Ergebnis	2
Datensätze	3
Umsatz nach Distributionskanälen	3
Umsatz pro Zimmerkategorie - Online Verkauf	4
Analyse Auslastung pro Monat (PMS Auszug)	4
Auslastung pro Wochentag	5
Basistrategie Toprate - Analyse und Empfehlung	6
Ansatz - Feature-based Verkauf	7
Positionierung und Fokus	7

## Themen für Deep-Dive-Sitzungen

- Direktvertriebsaktivitäten (wie man Direktvertriebsaktivitäten vorantreibt, praktische Marktanalysen und Chancen)
- Session zur Identifizierung neuer Zielgruppen
- Allgemeine Einführung in den Hotelvertrieb (Vertriebskanäle, Vertriebsmix)
- Relevante KPIs im Revenue Management (Vertriebskosten, Kosten pro Zimmer, RevPar, Auslastung, Durchschnittsrate)
- Pick-up-Geschäft (Überprüfung des täglichen / wöchentlichen Pick-up und relevante Maßnahmen zur Preisgestaltung/Beschränkung)

## Kosten

- Positionierungs- und Preisstrategie-Paket: 1.490 Euro einmalig (zzgl. MwSt)
- Zusätzliche Termine (60 Minuten) 110 Euro pro Termin (zzgl. MwSt)

**HSMA-Special  
bis einschließlich 15.02.2023  
35% Discount auf Paketpreis  
(969 Euro excl. MwSt)**